

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA  
PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN.**

**SKRIPSI**

Oleh :

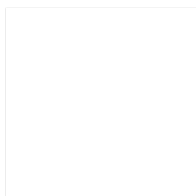
**VINNY**

**NIM : 137111397**



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2017**



**ANALYSIS THE FACTORS THAT INFLUENCE PURCHASING  
DECISION MOTORCYCLE MERK HONDA AGAINST MEDAN  
CITIZENS**

**FINAL RESEARCH**

By:

**VINNY**

**STUDENT NUMBER : 13.711.1397**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MIKROSKIL  
MEDAN  
2017**



LEMBARAN PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA  
PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

VINNY  
NIM: 13.711.397

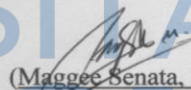
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,



(Eko Yuliawan, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing II,



(Maggee Senata, S.E.)

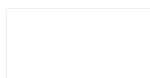
Medan, Agustus 2017  
Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi  
Manajemen,



(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL



## LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE-Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Vinny  
NIM : 13.711.1397  
Peminatan : Manajemen Bisnis  
Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:  
Judul Tugas Akhir : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat kota Medan  
Tempat Penelitian : STMIK-STIE Mikroskil Medan  
Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H. Thamrin No.112, 124 dan 140  
No. Telepon Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Agustus 2017  
Saya yang membuat pernyataan,



(Vinny)

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada masyarakat kota Medan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling insidental, dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Produk, dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian, sedangkan harga dan Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis koefisien determinasi sebesar 21,7%, sedangkan sisanya sebesar 78,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menyarankan agar Honda dapat terus memperhatikan promosi-promosi yang dilakukan untuk semakin dapat menarik perhatian konsumen seperti melakukan promosi pada *event-event* tertentu.

**Kata Kunci** : *Harga, Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian.*

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analysis factors that influence to purchasing decision of Honda motorcycle on Medan society. The type of this research is descriptive qualitative. The sample technique collected by using incidental sampling, the sample amounted to 98 respondents. The method of analysis used in this study is multiple linear analysis. The result showed that the variable price, product, and promotion silmutaneously affect the puhasing decision. Partially promotion variable affect to purchasing decisions, while prices and products have no effect against customer decision. The result of coefficient analysis determination is 21,7%, whiew the rest of 78,3% influenced by other variable thats not examined in this study. This study suggests that Honda can continue to pay attention to made promotions that able to attract consumers attention such as promoting in certain events.*

**Keyword** : *Price, Product, Promotion and Purchasing Decision*



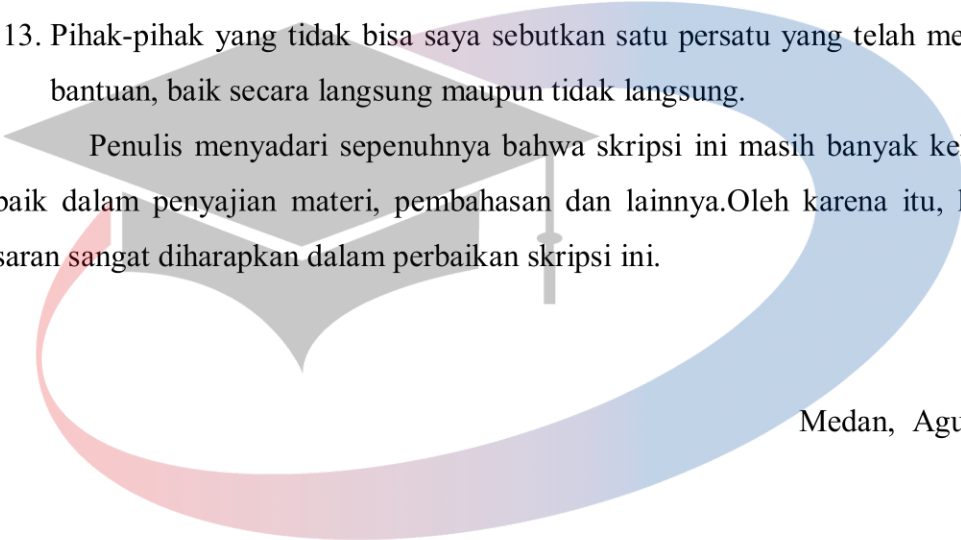
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segalarahmat dan hidayah-Nyasehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK HONDA PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN” dengan baik.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Eko Yuliawan, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Maggee Senata, S.E. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil 2017 dan dosen pembimbing II yang telah meberikan bimbingan, saran dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M. selaku Ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., Selaku Wakil Ketua I Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Paulus, S.Kom., M.T., selaku Wakil Ketua II Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Saliman, S.T., Selaku Wakil Ketua III Mikroskil Medan yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil 2017.
8. Ibu Maggee Senata, S.E. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil 2017.
9. Bapak Eko Yuliawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali kelas Manajemen Bisnis B sore angkatan 2013.
10. Kedua orang tua dan keluarga besar yang memberikan dukungan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

- 
11. Sahabat yang telah seperjuangan penulis khususnya Agustina, Stefani, Frensia Wijaya, Neli, Elisa, Mutiha Nami Siregar, Edward Ng, Jhonatandri, dan Giucha yang telah memberikan doa, dukungan motivasi dan saran kepada penulis.
12. Teman-teman Manajemen Bisnis angkatan 2013 yang telah menemani selama empat tahun terakhir di bangku kuliah, khususnya Willis, Vionna Dewi Lupita Unggul, Olivia Wijaya, Mohator, dan teman-teman seangkatan lainnya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian materi, pembahasan dan lainnya. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan dalam perbaikan skripsi ini.

Medan, Agustus 2017

Penulis,

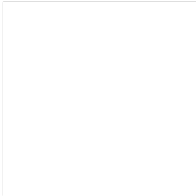
UNIVERSITAS Vinny  
MIKROSKIL



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah .....	3
1.3 Ruang lingkup penelitian .....	4
1.4 Tujuan penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Originalitas .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Harga.....	8
2.1.3 Produk.....	11
2.1.4 Promosi .....	15
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	18
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Objek Penelitian .....	28
3.3 Populasi dan Sampel .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.6 Metode Analisis Data.....	32
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	32
3.6.2 Analisis Kualitas Data .....	33

3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	33
3.6.4	Pengujian Hipotesis .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	37
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	38
4.1.3	Gambaran Umum Responden(Demografi) .....	39
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	40
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data.....	43
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	45
4.1.7	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis.....	51
4.1.9	Koefisien Determinasi .....	53
4.2	Pembahasan.....	54
4.2.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.2.2	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	55
4.2.4	Pengaruh Harga, Produk dan Promosi Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>57</b>
5.1.	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>60</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>86</b>

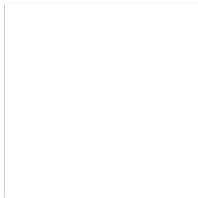


**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....25  
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi .....37  
Gambar 4. 2 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas .....46  
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot.....46  
Gambar 4. 4 Hasil uji Heterokedastisitas *Scatterplot* .....49



**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....22

Tabel 3. 1 Skala Likert.....29

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....30

Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....39

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....39

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....39

Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga .....40

Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Produk.....41

Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi .....42

Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian  
.....43

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....43

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas .....45

Tabel 4. 10 Uji *non-parametrik Kolmogorov-Smirnov*.....46

Tabel 4. 11 Hasil uji Multikolinearitas .....47

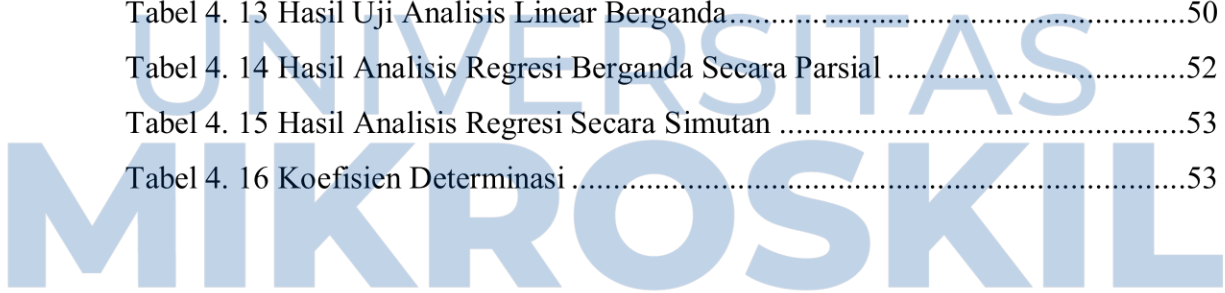
Tabel 4. 12 Hasil Uji Glejser.....50

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....50

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Berganda Secara Parsial .....52

Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Secara Simultan .....53

Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi .....53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	60
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Kuesioner .....	63
Lampiran 3 Hasil Stastistik Deskriptif.....	74
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas Dan Validitas .....	76
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	81
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	82
Lampiran 8 Tabel r .....	83
Lampiran 9 Tabel t.....	84
Lampiran 10 Tabel F.....	85



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL